

学校编码: 10384

分类号\_\_\_\_\_密级\_\_\_\_\_

学 号: 10520121152844

UDC\_\_\_\_

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

基于2012台湾“总统”大选电视辩论的候  
选人形象的即时、延时、长期效应研究  
Research of real-time、time-lapse and long-time effects  
of the candidates' image based on 2012 Taiwan  
Presidential Election television debate

万家驹

指导教师姓名: 乐媛 助理教授

专 业 名 称: 新 闻 学

论文提交日期: 2015 年 4 月

论文答辩日期: 2015 年 5 月

学位授予日期: 2015 年 6 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2015 年 4 月

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（        ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于        年        月        日解密，解密后适用上述授权。

（        ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年        月        日



## 摘要

2012 年台湾地区“总统”大选牵动着两岸敏感的神经，对两岸关系发展意义重大。此次大选中的候选人电视辩论将候选人的政见主张通过电视直播直观地呈现于选民面前，同时也是大选中备受大陆媒体全方位报道、以及大陆民众线上线下热切关注和讨论的竞选环节。那么，电视辩论对塑造候选人形象是否具有即时效应？而这种效应能够持续多久，或者说如果没有显著效应，那么观众对候选人的整体印象到底源于何处？基于这样的讨论，本文研究了 2012 年台湾大选电视辩论的即时效应与延时效应，与此同时，从大陆媒体对候选人的长期报道入手，探究了媒体对候选人形象的长期设定是否起到了一定的效果。

从实验法和焦点小组访谈所获取的数据和第一手资料来看，观看电视辩论并不能从整体上改变观众对候选人的印象，或者说这种改变并不显著，而在细节性的印象，比如受访者的个人表现、口才、辩论的逻辑性等方面却会有一定的显著影响，这与大陆媒体在长时间内对三位候选人在预先设定的报道框架内所塑造的形象有一定的不同，而电视辩论正好起到了改变这种认知的作用。但是，我们的研究发现，三位候选人对两岸关系的政策最终决定了他们在大陆观众心目中的形象和投票倾向，无论电视辩论如何改变大陆观众对三位候选人的最初印象，两岸关系最终使得他们对候选人的态度“一边倒”。总之，媒体对于新闻人物的形象设定的确存在长期效应，能够影响新闻受众对该人物的评价，但是这样的影响力是基于长期、持续的新闻报道才可能产生的。而在短期之内，例如观看一次电视辩论，并不足以明显改变某一人物在观众心中的形象。

**关键词：**电视辩论、候选人形象、主动的受众、焦点小组访谈、两岸关系

## Abstract

The 2012 Taiwan presidential election had aroused great sensation in people of both sides of China mainland and Taiwan. As for the television debate of the candidates in this general election, the candidates' political propositions were presented in front of the voters through the TV live. Meanwhile, this political campaign link was greatly focused by the mainland media and mainland people on line and off line. Therefore, does the television debate have real-time effect on shaping the candidates' images? How long will such effect last? Or, if there is no remarkable effect, where does the audiences' impression towards the overall image of the candidates come from? Based on such discussions, this paper studies the real-time effect and time-lapse effect of the television debate of the general election in Taiwan in 2012. Meanwhile, it starts from the long-term report from the mainland media towards the candidates, and discusses whether the media's long-term setting for the candidates' images has caused some effect.

Through the research, the media makes long-term report on three candidates in the preset framework, which indeed has influence on their images in the audiences' mind. However, from our experimental status, watching the television debate does not change the interviewees' impression towards three candidates, or such change is not obvious. The research data also indicates that the time-lapse effect of the television debate on shaping the candidates' image is relatively obvious. In a word, media's setting on the candidates' images has long-term effect, and it can affect the news audiences' evaluation on the figures. However, such influence force generates based on the long-term and continuous news report. In short term, for instance, watching the television debate for one time is not enough to change some figure's image in the audiences' mind. If such report is overlapped and continuous, the situation will change.

Key word: television debate, image of candidate, political communication, focus group, relations across the Taiwan Straits

## 目 录

第一章 引言.....	1
第二章 文献综述 .....	3
第一节 电视辩论与候选人形象塑造 .....	3
第二节 主动的受众：对候选人形象的解读与重构 .....	5
第三节 媒体对候选人形象报道的影响 .....	7
第三章 研究设计 .....	11
第一节 准实验法.....	11
第二节 焦点小组访谈法.....	12
第三节 内容分析法.....	14
第四章 电视辩论对候选人形象塑造的即时效果.....	18
第一节 候选人整体形象.....	18
第二节 候选人外在形象和表现.....	20
第三节 电视辩论对投票倾向的影响 .....	21
第五章 电视辩论对候选人形象塑造的延时效应.....	24
第一节 观看台湾的“局外人”.....	24
第二节 隔岸想象：候选人形象解读与效果评估 .....	25
第六章 大陆媒体对候选人形象设定的长期影响.....	37
第一节 媒体报道的选择性差异 .....	37
第二节 媒体的长期报道框架.....	39
第三节 媒体的报道倾向.....	45
第七章 讨论与结论 .....	49
第一节 媒体对候选人形象塑造的影响.....	49
第二节 两岸政策致使态度“一边倒” .....	51
第三节 本文局限和未来发展发向.....	52

参考文献 .....	54
致 谢.....	58

厦门大学博硕士论文摘要库



## Contents

<b>Chapter 1 Introduction.....</b>	<b>1</b>
<b>Chapter 2 Literature Review .....</b>	<b>3</b>
2.1 Introduction of TV Debate and Candidate Images .....	3
2.2 Introduction of the Active Audience .....	5
2.3 Introduction of Media Reports on Candidate Images.....	7
<b>Chapter 3 Research Design .....</b>	<b>11</b>
3.1 Quasi-experimental method.....	11
3.2 Focus Groups Interview .....	12
3.3 Content Analysis .....	14
<b>Chapter 4 Real-time Effect of TV Debate .....</b>	<b>18</b>
4.1 Ma's Highest Evaluation before TV Debate- .....	18
4.2 Ma's External Image Best .....	20
4.3 TV Debate Changes Voting.....	21
<b>Chapter 5 Time-lapse Effect of TV Debate .....</b>	<b>24</b>
5.1 Outsiders Watching Taiwan .....	24
5.2 Interpretation and Evaluation of Candidate Images.....	25
<b>Chapter 6 Long-time Effect of Media Reports .....</b>	<b>37</b>
6.1 Selectivity of Media Reports .....	37
6.2 Long-time Setting of Media Reports .....	39
6.3 Tendentiousness of Media Reports .....	45
<b>Chapter 7 Conclusion and Discussion .....</b>	<b>49</b>
7.1 Media Reports Affect Candidate Images.....	49
7.2 Cross-strait Policy is Critical .....	51
7.3 Limitations and Future Prospects .....	52
<b>Reference.....</b>	<b>54</b>
<b>Acknowledgement .....</b>	<b>58</b>



## 第一章 引言

2014 年 11 月 29 日，台湾地区地方公职人员“九合一”选举投票结果揭晓，在选举产生的 22 个县市的县市长、议员、以及乡镇长、村里长等中，国民党获得 6 席，民进党获得 13 席。<sup>[1]</sup>在此次选举中，于 11 月 7 日进行的台北市长选举电视辩论——连胜文和柯文哲的选战吸引了海峡两岸诸多民众的关注，大陆媒体也进行了多方面的报道。<sup>[2]</sup>然而，放眼世界范围内的选举电视辩论，自 1858 年林肯与道格拉斯竞选伊利诺伊州参议院时所进行的辩论开始，候选人辩论使均势的对手使用相等或适当的时间进行面对面的对抗，以陈述立场来争取认同与支持。<sup>[2]</sup>对于候选人而言，电视辩论是一个公平的竞赛，每位候选人均有相等的时间和机会使用媒体并陈述政治理念。<sup>[3]</sup>候选人通过电视辩论重申自己的执政理念、质疑并攻击对手的执政策略，以提升自身的支持率，如果某一候选人在电视辩论中表现出色，那么完全有可能使胶着的选情变得明朗。<sup>[4]</sup>由于普通民众对政治并非了然于胸，电视辩论的关键在于树立候选人的良好形象。<sup>[5]</sup>

电视辩论在英美等国大选中具有悠久的历史。在华人社会中，首次候选人电视辩论直播是 1994 年 10 月 2 日的台北市长候选人电视辩论，其间民进党陈水扁、国民党黄大洲、新党赵少康参加了辩论，研究证实电视辩论能够吸引选民注意，同时影响选民对候选人的支持度。<sup>[6]</sup>而直到 2004 年，台湾地区“总统”大选电视辩论才得以办成，之后便成为台湾地区“总统”大选的重要环节。随着两岸关系的走向日益受到民众的热切关注，加之现代社会媒体的发展使得信息的传播更加及时迅速，台湾地区领导人第一次大规模受到大陆媒体铺天盖地全方位报道，以及大陆民众线上线下热切关注和讨论的活动必然首选 2012 年台湾地区“总统”大选电视辩论。此次大选牵动着两岸敏感的神经，对两岸关系发展意义重大，候选人电视辩论首次连续三周举办，正副“总统”候选人的政见主张通过电视直播直观地呈现于选民面前。本次大选，三位候选人个人形象、政策政见侧重均有不同。自 2008 年国民党重执台湾地区政权以来，马英九致力于打造“廉能政府”，其塑造的形象也是清廉、实干；蔡英文作为

女性候选人则以清新理性的形象示人，努力通过革新路线扭转民进党贪腐的形象；拥有丰富政治资本的政坛老手宋楚瑜，主打跨越蓝绿的亲民路线，以民生为主要诉求，主张岛内结束蓝绿恶斗的局面。<sup>[7]</sup>

台湾政局的更迭不仅关系着两岸的长久发展，而且对世界局势产生着重要影响。而选举电视辩论恰恰是候选人向公众全面展示个人特质及政见立场的竞选活动，<sup>[8]</sup>往往对选情产生影响，因此备受关注。关于选举电视辩论的研究面向非常广泛，大量的研究专注于电视辩论对选民的效果研究。围绕 2012 年台湾地区“总统”大选电视辩论的效果研究，研究者发现电视辩论不仅对两岸学生关于台湾的政治支持程度（包括对政党、候选人和政策的评价）有即时显著的影响，而且观影后在理论上相对稳固的民主政治观念也有所改变。<sup>[7]</sup>此外，也有研究者发现电视辩论对台湾“首投族”学生投票倾向的影响并不明显，而对于大陆学生则比较显著；两岸学生只有观影前的投票倾向存在显著差异，观影后无明显差异；尽管两岸投票倾向的转变方向基本一致，但对于台湾学生来说电视辩论的影响是不断递减的，而对于大陆学生来说则是不断递增。<sup>[9]</sup>

可见，候选人电视辩论对选民的最终决定有一定的影响，而针对 2012 年台湾地区“总统”大选电视辩论的研究也表明，其对选民的政治支持度和投票倾向都存在即时的影响。那么，电视辩论对候选人形象塑造是否存在即时的影响？如果是，那么这样的即时效应可以持续多久？如果不是，那么观众对于候选人的形象感知是否源自于对媒体长期报道的获知所得？因为有研究表明在传统媒体中，就电视与报纸两种不同的媒体来说，电视对候选人塑造形象的影响作用是立即且短暂的，而报纸对候选人塑造形象的影响作用则是长期而缓慢的。<sup>[10]</sup>从即时、延时、长期效应的角度出发，进而探讨三者之间的相互关联和影响，了解候选人在形象塑造方面的纵向延续，这样的研究以往的学者并没有进行整体的探讨。因此，本文将基于 2012 年台湾地区“总统”大选候选人电视辩论，以大学生为考察对象，来探究电视辩论对马英九、蔡英文、宋楚瑜这三位候选人形象塑造的即时效果以及延时效应，同时也通过分析大陆媒体在较长时间内对三位候选人的新闻报道，来讨论长期的形象塑造效果是否对电视辩论的即时与延时效应产生一定的影响。

## 第二章 文献综述

### 第一节 电视辩论与候选人形象塑造

在现代总统竞选中，竞选活动是候选人和选民之间沟通交流的重要方式，竞选活动被精心设计用来吸引选民的注意力、获取选民的青睐，而其中最吸引潜在选民和新闻媒体的竞选活动就是候选人辩论。<sup>[11]</sup>随着媒介技术的发展与普及，候选人辩论的形式从最初的广场聚会式辩论逐渐转向通过媒体进行。电视辩论被认为是民主竞选改革运动的一部分，是形象塑造和拉拢选民相当好的一种方式。<sup>[12]</sup>候选人电视辩论往往为整个选举活动掀起高潮，同时其所拥有的高收视率，使其他的电视竞选活动难以望其项背而令人不敢小看它的威力。<sup>[13]</sup>在电视辩论广泛用于政治竞选运动后，媒体中所传播的候选人形象与议题政见成为影响选民投票倾向的重要因素，<sup>[14]</sup>因此政治人物越来越注重塑造自己在电视上的形象。

候选人形象一直以来是政治研究领域引起学者兴趣的一个主题。研究者提出，候选人有三种途径塑造自身形象以此来获取选民的青睐：直接的自我形象塑造和自我表扬；对对手的直接攻击或负面评论；对来自于对手的攻击的回应。<sup>[15]</sup>候选人个人形象的塑造并不取决于候选人自身单方面的表现，而在很大程度上，也受到候选人所处外部环境的影响。如杰瑞米就指出候选人形象受到四个因素相互之间作用的复杂影响：候选的个人特质、行动和政策，竞选团队的形象管理，竞选对手对其原有形象的颠覆以及来自媒体的评价。<sup>[16]</sup>这些因素共同作用，从而形成公众对候选人形象的早期认知，并在此基础上，随着来自于媒体的信息更新，公众对候选人形象的认知随时发生着改变。因此，候选人形象的形成并不是单一要素作用的结果。也有其他研究者提出了相似的观点，候选人形象是由候选人本身及其相关的支持者，如竞选团队、新闻媒体和公众，这些因素共同作用的集合，候选人的形象具有复杂性和变动性。<sup>[17]</sup>此外，候选人形象塑造会受到竞选团队，候选人背后的党派，党派的内外关系等政治

资源的影响。<sup>[17]</sup> 一项关于竞选传统的研究结果再次证明, 选民的投票决定取决于他们对前任政府的政策评估,<sup>[18][19]</sup> 因此候选人的政策政绩也是影响候选人个人形象的重要因素之一。<sup>[20]</sup>

有学者指出候选人形象是一个不易掌握但又非常重要的现象。<sup>[21]</sup> 大多数政治学者认为, 候选人形象比候选人竞选政见在决定选战胜负结果上是一个更好的预测变量。<sup>[22]</sup> 在对候选人形象研究上, 学者们长期以来无法达成一致。部分选举研究将形象与议题视为两个分离的变量,<sup>[23]</sup> 但也有学者强调选民在投票时, 形象与议题是合二为一共同形成对候选人的综合印象, 议题政见是选民评估候选人个人形象属性的重要依据。<sup>[24]</sup> 台湾学者在研究 1994 年台北市市长选举时特别强调候选人议题与政策立场对形象建构的重要性。<sup>[25]</sup> 随着公众受教育水平及政治参与意识的提高, 其政治行为的自主性和独立性不断显现, 选民对一些复杂的政治议题往往能做出独立的评价和判断。<sup>[26]</sup> 因此, 在竞选过程中, 候选人对议题的建构也是其塑造自身良好形象以拉拢选民的重要方面。

学者在研究候选人形象时遭遇到的最大困难就是如何系统化地进行分析与评判。<sup>[27]</sup> Campell 从行政经验、领导才能、个人条件、政策立场四个方便研究候选人形象。<sup>[28]</sup> 美国政治传播机构在研究 1968 年大选候选人形象时采取五项分类: 领导才能、政治哲学、口才、聪明才智、诚实。<sup>[29]</sup> 胡淑裕在分析媒体对政治人物的报道时, 使用八项类目进行分析: 经验能力、领导特质、个人属性、政府管理、政府哲学、政策施行、团体关系与其他。<sup>[30]</sup> 陈世敏采用六项类目对 1989 年台北县长选举候选人形象进行研究: 品德良好、学识丰富、办事能力很强、做人很热心、很会替人民谋福利、可以代表地方。<sup>[31]</sup> 由此可见, 学者在对候选人形象的研究上到目前为止并没有一个统一的系统性划分。

电视辩论对候选人的阐述时间有明确的规定, 如何利用有限的时间完成对自己最有利的论述, 将选民热切关注的议题及相关政见清晰的展现出来, 以争取更多的投票支持是候选人要面对的一大挑战。<sup>[32]</sup> 由于候选人个人背景及意识形态的差异, 其设定的目标对象不尽相同, 再加上对选民需求有着不同的认知, 候选人在呈现的议题内容上表现出较为明显的差异,<sup>[33]</sup> 进而通过受众的直观感受与媒体的报道, 最终形成了各异的候选人形象。通过以上文献的梳理, 可以看出研究者对于候选人形象塑造从不同的角度出发进行研究, 其着重点也不

同，可根据电视辩论在时间和个人发挥等方面具有相应限制的特点，本文将候选人通过电视辩论建构自身形象概括为五个方面。第一，直接自我形象塑造，即候选人在电视辩论过程中进行直接自我表扬和自我形象塑造的阐述。第二，与对手的交锋，即在辩论过程中候选人对对手的攻击和回应。第三，候选人的议题阐释及其未来执政规划。第四，候选人自身政绩的阐述。第五，候选人通过党派形象塑造自身形象，在竞选中，候选人往往代表的不仅仅是自己，还有其背后的政党，而党派形象也是候选人塑造自身形象不可或缺的一个重要部分。

## 第二节 主动的受众：对候选人形象的解读与重构

电视辩论的兴起使竞选活动迎来了一个以形象为基础的政治环境，使得选民更加看重候选人的个人特质。<sup>[34]</sup>然而，候选人塑造形象的效果又如何？早期有研究者就以 1960 年肯尼迪与尼克松辩论的案例，通过实验得出了令人惊奇的发现——并没有明显的证据可以表明候选人在电视上的形象可以对辩论的效果产生影响。<sup>[35]</sup>但是，又有研究者提出，候选人在电视辩论中的形象影响了选民对辩论的整体评价，引导选民将更多的注意力放在对候选人个人特质的认知上，并且可以加强选民原有的认知和态度，因此候选人的荧幕形象对选民具有重要的影响。<sup>[36]</sup>由此可见，虽然电视辩论广泛用于竞选活动，而候选人通过电视辩论塑造个人形象的效果如何，即选民是否会全盘接受候选人的意图，候选人通过电视辩论所传达出的个人形象信息对选民的态度影响存在正向作用还是负向作用是存在一定争议的。但是大量研究表明，电视辩论会对选民的投票倾向产生重要的影响，而不同的选民对于候选人塑造的个人形象做出的反应也不同。

在研究媒介与现实的关系领域比较突出的象征互动理论认为，人与人之间是通过传递象征符号而相互作用影响的，在人与人的互动之外还有人与自身的活动，也就是一个人接触到信息之后在头脑内部产生的反应。<sup>[37]</sup>麦奎尔认为大众媒介是意义被构建的桥梁，传媒是社会的主要信使，在社会生活中发挥着重要作用。<sup>[38]</sup>受众往往以不同的方式对媒介信息进行解读，对于候选人塑造个人形象也是一样，受众心目中对候选人整体形象的感知是受众对候选人形象的重

新建构。候选人进行个人形象塑造的传播效果并非仅仅由候选人单方面的因素所决定，受众在这一过程中进行的意义建构也是影响传播效果的重要因素。以往大量研究却并没有关注到这一复杂性，简单地对候选人形象传播效果进行量化研究，并未重视受众因其自身背景、经历、价值观、意识形态等因素在接收过程中可能出现的差异。关于受众的研究，与早期立足于“刺激—反应”模式的媒介效果研究不同，英国文化研究学派从“文本—话语”模式出发，关注传播过程中意义的建构，认为意义是由传播者与受众通过文本进行协商而产生的，由此便确立了受众在传播活动中的主动性。<sup>[39]</sup>广义上来说，“主动的受众”认为传统的媒介效果观念受到了受众认知研究中受众行为的另一种解释的挑战<sup>[40]</sup>，受众通过“积极地”和“有目的地”选择和接受对大众媒介所传播的信息进行整体的感知。<sup>[41]</sup>

霍尔在对大众传播研究中将传播过程概念化为“发送者—信息—接收者”的线性模式批判的基础上，提出了编码与译码的理论，即著名的“霍尔模式”，认为受众对媒介文化产品的解释与他们在社会结构中的地位和立场相对应，<sup>[42]</sup>并提出受众解读电视讯息时可能出现三种译码立场——主导—霸权立场、协商立场和对抗立场。主导—霸权立场设定受众的译码立场与编码者的编码立场完全一致，这种解读方式被称为优势解读。协商立场同时包含兼容因素与对抗因素，这种既不完全同意又不完全否定的解读方式是大多数受众解读媒介信息的方式，对应的受众解读方式被称为协商式解读。对抗立场是译码者了解了讯息是在什么情况下被编码的，并理解话语赋予的字面意义和内涵意义，但根据自己的个体语境建立新的诠释架构，使译码的结果与编码者所传达的意义完全相背，所对应的是对抗式解读。

“霍尔模式”解决了在经验的信息传播研究过程中曾经被忽略的重要问题，即意义不仅仅是传播者所“传递”的，同时也是接受者“生产”的。<sup>[43]</sup>然而“霍尔模式”源于思辨，而非实证研究。随后，20 世纪 80 年代莫利以英国广播公司晚间新闻节目“举国上下”的观众为研究物件，观察不同观众如何对同样的媒介信息进行译码，进一步理解和证明了霍尔的编码-译码模式；同时，莫利的研究结论也认为，个人对讯息的解读，必须从其社会脉络入手，但绝对并非是采取某种模式的“决定论”。<sup>[44]</sup>后来的研究者运用霍尔提出的三种解读



Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”. Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库